

Merbilhaá, Margarita. "Mediaciones culturales en el comercio de libros entre París y Buenos Aires. El caso de la Casa Editorial Hispano-Americana (1911-1932)". *Estudios de Teoría Literaria. Revista digital: artes, letras y humanidades*, noviembre de 2019, vol. 8, n° 17, pp. 9-20.

# Mediaciones culturales en el comercio de libros entre París y Buenos Aires. El caso de la Casa Editorial Hispano-Americana (1911-1932)

Cultural mediation in book traders between Paris and Buenos Aires  
The case of Casa Editorial Hispano-Americana (1911-1932)

Margarita Merbilhaá<sup>1</sup>

Recibido: 09/09/2019

Aceptado: 01/10/2019

Publicado: 08/11/2019

## Resumen

Este trabajo se centra en las estrategias editoriales respecto del mercado argentino (y rioplatense) de la Casa Editorial Hispano-Americana (luego Franco Ibero Americana), dedicada a la edición de libros en español desde París, durante las dos primeras décadas del siglo XX. Además de establecer comparaciones con sus competidoras tales como Garnier Hermanos, la Sociedad de Ediciones Literarias y Artísticas Paul Ollendorff y Louis-Michaud, se propone analizar estas prácticas en el marco de la competencia entre editoriales españolas y francesas (de libros en español) y el proceso de recuperación del mercado sudamericano por parte de la industria editorial española.

## Palabras clave

Casa Editorial Hispano-Americana; editoriales francesas en español; importaciones de libros a

## Abstract

This paper focuses on the publishing strategies of Casa Editorial Hispano-Americana (then Franco-Ibero-Americana) regarding books in Spanish produced in Paris addressed to Argentinian market and Rio de La Plata area during early XXth century. It firstly compares these strategies with other publishers such as Garnier Hermanos, Sociedad de Ediciones Literarias y Artísticas Paul Ollendorff, and Louis-Michaud. Then, its' purpose is to analyze them considering the competitiveness between Spanish and French Publishers (of books in Spanish), and the Spanish publishers' process of getting back the South-American books market.

## Keywords

Casa Editorial Hispano-Americana; French Publishers in Spanish; books suppliers in early

<sup>1</sup> Doctora en Letras por la UNLP. Es investigadora Adjunta del CONICET, con lugar de trabajo en el IdIHCS Conicet-UNLP, y docente de la Cátedra de Literatura Francesa de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP. En los últimos años ha publicado trabajos en revistas nacionales e internacionales sobre transferencias culturales entre Europa y Argentina, en particular sobre las redes y revistas de escritores latinoamericanos desde París a comienzos del siglo XX, y otros temas de Historia intelectual y de la edición en Argentina. Integra distintos proyectos de Investigación en la UNLP sobre estas temáticas y en el Cedinci. Contacto: [margaritamerbilhaa@yahoo.com](mailto:margaritamerbilhaa@yahoo.com).



comienzos del siglo XX; mediaciones culturales entre Francia, España y Argentina.

XXth Century; cultural mediations between France, Spain and Argentina.

Hacia 1911, aparece en París la Casa Editorial Hispano-Americana, una nueva editorial de libros en español, destinada al mercado español e hispanoamericano. Si bien desarrolló su actividad desde la capital francesa, tuvo la particularidad de ser un proyecto editorial llevado a cabo por españoles y latinoamericanos que residían en dicha ciudad. Así, se insertaba dentro del subcampo de la producción de libros para la exportación en un contexto de debilitamiento de la posición dominante que ocupaban las empresas francesas en la producción y comercialización de libros en lengua castellana (es decir, las prácticas de la denominada “*Librairie espagnole*” –Mollier 1988; Botrel; Fernández–).<sup>2</sup> El hecho de que se tratara de una empresa conformada por españoles y latinoamericanos instalados en la capital francesa da cuenta de la apertura de posibilidades para ocupar nichos de mercado en el continente latinoamericano para quienes conocían las prácticas de la “*Librairie espagnole*” por haber trabajado en alguna de sus empresas. A su vez, la iniciativa seguramente se inspiró en la creciente presencia, en América, del libro producido por editoriales españolas, en un contexto de recuperación del mercado sudamericano por parte de la industria editorial española. La amenaza que sufrió la hegemonía francesa por parte de la ofensiva de las empresas editoriales españolas sobre el mercado del libro en los países sudamericanos (Botrel; Martínez Rus “El comercio” y “La industria”; Espósito) formó parte de un proceso más amplio de establecimiento de relaciones comerciales entre España y América Latina, tras la pérdida de Cuba y Filipinas (1898). Dicho proceso implicó –especialmente en Sudamérica– una relativa mejora de las exportaciones españolas, incluso en el ámbito de las finanzas, con la instalación del Banco Español del Río de La Plata (que competía con los bancos británicos y franceses). Dicho proceso se inició antes de la Primera Guerra Mundial, por ende no se explica solo por la baja en la producción francesa, inglesa y alemana y el consiguiente desabastecimiento del mercado, producidos por el conflicto. En verdad, el conflicto mundial terminó de consolidar la posición española en nuestro continente.

Sin embargo, pese a las presiones dadas por esta ofensiva del comercio español, las condiciones de la industria francesa eran superiores debido a su desarrollo técnico y capacidad productiva, al costo y calidad del papel,<sup>3</sup> como así también a una red de distribución

<sup>2</sup> Una prueba de la competencia entre los países europeos por el mercado argentino puede verse en la nota “*La librairie française dans la République Argentine*” aparecida en una nota publicada en las *Chroniques de la Bibliographie de la France*, 3/05/1907, 105, la publicación que nucleaba a los editores de ese país. La nota informaba sobre las gestiones oficiales (a cargo del senador francés Auguste Calvet) destinadas a recuperar el “primer lugar” que ocupaban los libros de enseñanza (y también literarios y artísticos) en Argentina, y que se había perdido ante la importación proveniente de otras naciones europeas. Estas acciones incluían contactos con el profesor de la FFyL de la UBA, Camille Morel, para que reseñara en publicaciones del país los libros franceses que los editores le enviaran. La nota invitaba incluso a enviar los libros al profesor Morel, cuya dirección postal se indicaba.

<sup>3</sup> En los debates de la época en España, la cuestión del alto costo del papel importado, a causa de las barreras arancelarias, y las quejas por la mala calidad del que allí se producía aparecen en muchos testimonios recogidos por Fischer Hubert y Botrel. Martínez Rus (“La industria” y “El comercio”) han observado que la expansión del libro español era todavía precaria a comienzos del siglo XX y estaba limitada al envío de un número limitado de ejemplares. También se refirió al alto costo de los envíos (hasta la firma de convenios postales, en 1923, que abarataron los costos a punto tal que las casas francesas pasaron a realizar sus envíos al continente desde España). Sin embargo, las cifras de importaciones a Argentina que he relevado en estadísticas oficiales del comercio exterior argentino entre 1900 y 1920 arrojan una situación mucho más consolidada del comercio español, con importaciones que superan las de origen francés.

consolidada, a lo que se sumaba el mayor capital simbólico de su plaza editorial. Como he adelantado, dentro del mismo subcampo editorial francés de la “Librairie espagnole”, también se abrieron nuevas posibilidades a iniciativas latinoamericanas para ocupar posiciones en el mercado hispanoamericano, tal como fue el caso de la editorial Hispano-Americana. Esta inserción en el espacio editorial francés explica incluso su cambio de nombre, pues hacia 1915 esta pasó a llamarse Casa Editorial Franco-Ibero-Americana. Tal disputa por el mercado latinoamericano coincidía con una estrategia similar que entre 1907 y el inicio de la primera guerra, se dieron algunas publicaciones latinoamericanas desde París, para contrarrestar la hegemonía de la *Revue des Mondes*, especialmente, sobre los centros urbanos de nuestro continente (*El Nuevo Mercurio*, *Revista de América*, *Mundial Magazine* y *Revue Sud-Américaine*).<sup>4</sup> No resulta casual, entonces, la participación en estas editoriales de libros en lengua castellana, de escritores y periodistas españoles y latinoamericanos residentes en París, quienes cumplían múltiples funciones que iban desde la escritura de libros para la editorial – como era el caso de quienes trabajaban para la Casa Hispano-Americana –, la traducción de obras francesas, hasta la dirección de colecciones destinadas a los lectores de nuestro continente. De hecho, la propia editorial destacaba esta suerte de doble sede (París/América) de la vida literaria del continente, al presentar la Biblioteca de Clásicos Americanos de su catálogo:

Como América no tiene una ciudad que sirva de núcleo intelectual a todo el continente, sino que existe el descentralismo más absoluto, los esfuerzos, las obras y aun el nombre de los escritores americanos se pierden en los pequeños clanes a que pertenecen. *De esta fatalidad no se escapan sino los americanos que viven en París, que son leídos, conocidos y, cuando lo merecen, aplaudidos de todo el nuevo mundo*”. (86, las cursivas me pertenecen)

Mientras los catálogos de las casas de mayor circulación tales como Garnier Hermanos (sin tomar en cuenta la sede carioca de Baptiste-Louis Garnier) y Bouret (que lideraba el mercado mexicano) se dedicaban a publicar libros de aquellos autores latinoamericanos que acudían a ellas, y editaban además de una gran cantidad de libros de enseñanza o de interés enciclopédico general y de religión,<sup>5</sup> otras casas más jóvenes desarrollaban una apuesta más dinámica por la literatura francesa, principalmente del siglo XIX, comprando derechos de traducción y ofreciendo versiones originales, a la vez que publicaban la literatura de escritores latinoamericanos contemporáneos. Tal es el caso de Ollendorff que lideraba el mercado en ese sector (Botrel) y,<sup>6</sup> en menor medida, de Louis Michaud, que también exportaba mucho hacia España y publicaba además libros en francés. Con ellas buscó competir la Casa Editorial Hispano-Americana.

En términos generales, la oferta de esta Casa Editorial también se centraba en libros de literatura, apostando por un segmento de mercado similar al de Ollendorff o Louis Michaud, aunque no de manera exclusiva. Antes de detenernos en las características de su catálogo,

<sup>4</sup> Me permito remitir a mis trabajos sobre estas revistas. Algunas de ellas estaban vinculadas con el mundo editorial: Losada financiaba *El Nuevo Mercurio*; *Mundial* había delegado la distribución de la revista en el continente a la editorial Louis-Michaud, además de contar con sus anuncios publicitarios y con los de Ollendorff (Michaud también publicaba sus productos en la *Revista de América* de los hermanos García Calderón).

<sup>5</sup> A esta lista se suma Armand Colin, que estaba especializada en la edición y venta de diccionarios, principalmente.

<sup>6</sup> El gerente de la Librairie Ollendorff, era un dominicano, Lucas Thomas Gibbes, quien sugirió la creación de una sección en español para la exportación (Botrel 6). El autor indica que fue absorbida por las Éditions Albin Michel en 1924. En cuanto a Louis-Michaud, fue comprada por Bouret, según consta en sus catálogos de 1938. La sede estaba ubicada en el 168 del Bd Saint-Germain, a escasos metros de las oficinas de la Casa Editorial Hispano-Americana. Ver al respecto la exhaustiva tesis de Fischer Hubert.

conviene mencionar algunas particularidades que la acercan a otros emprendimientos editoriales, tales como las revistas mencionadas más arriba. En primer lugar, al igual que dichas publicaciones, este emprendimiento comercial se dio por iniciativa de un latinoamericano. Se trataba de Monseñor Aceves, un sacerdote mexicano radicado en París, que fungía como Superior de la Capilla Española de París. Poseedor de una gran fortuna y –tal como veremos– de un cierto capital social, supo aprovechar tanto los nichos de mercado disponibles como los recursos gráficos y tipográficos en París, y el aceitado sistema de exportación de mercancías hacia el continente. En segundo lugar, Aceves recurrió a la mano de obra intelectual disponible en la capital francesa, conformada por los españoles y latinoamericanos que le proporcionaron sus escritos, traducciones y vínculos.

La empresa fue creada en 1911 por Monseñor Aceves y por José Muñoz Escámez (1866-1953), a quien este contrató. Muñoz Escámez era un escritor castellano radicado en París que trabajaba como traductor y director literario para Louis-Michaud (cuya actividad estaba en parte destinada a producir libros en español para Hispanoamérica).<sup>7</sup> Según las memorias del escritor Emilio Gascó Contell, que fue empleado en la editorial a partir de 1923 (Fischer Hubert, *El libro español* 599), este sacerdote había heredado la fortuna de dos hermanas mexicanas, solteras, radicadas también en París, adonde él había sido enviado. Con esa herencia, había conseguido el permiso para construir, a su costo, la capilla española de París. Realizó otras inversiones con el dinero que había recibido, entre ellas la compra de una importante casa en el número 222 del Boulevard Saint-Germain, que pasó a ser su residencia y, a la vez, la sede de la editorial.

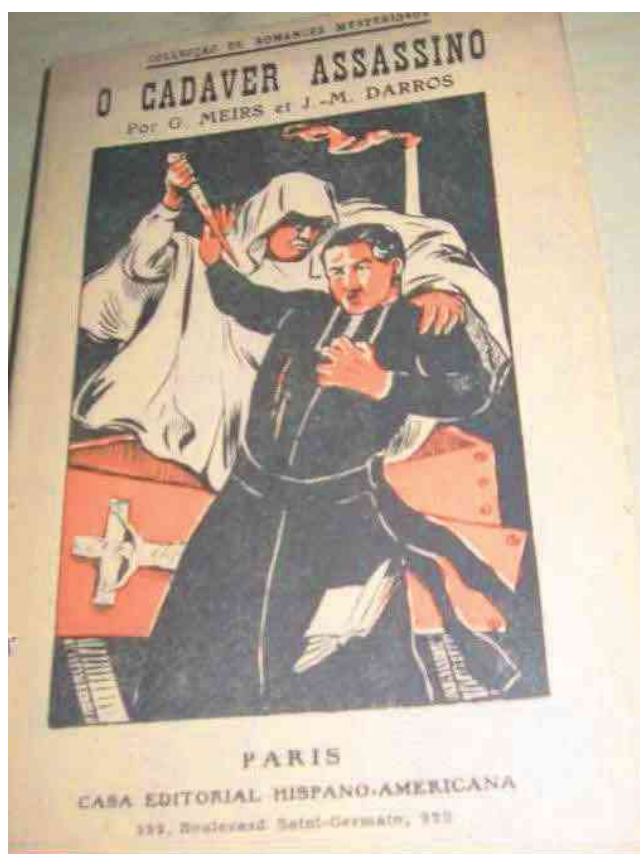
Dos circunstancias permiten afirmar la existencia de apoyos oficiales y de vínculos de la Casa Editorial con instituciones españolas: en primer lugar, la visita que realizó la Infanta Eulalia (tía del Rey Alfonso XIII), durante el viaje oficial de ambos a Francia, a las instalaciones que la empresa tenía en París. La visita fue registrada por *Mundial Magazine* (Nº 21, enero de 1913), una de las publicaciones parisinas también pensadas para venderse en Latinoamérica, que tenía a Rubén Darío como su director literario. La nota titulada “Una visita principesca”, ocupaba una página entera y estaba acompañada por dos fotos en las que figuraban, junto a la infanta, el director de la Casa, el embajador español en Francia y el infaltable Armando Guido, dueño y director editorial de *Mundial*. En esa nota, sin embargo, no se menciona directamente a Aceves como el financiador de la empresa sino que el autor del artículo cita solo las palabras del “conocido escritor Sr. Muñoz Escámez, director de la Casa” quien menciona a Aceves como

el director de la Sección religiosa, personalidad eminente, que da el tono general de nuestra producción, Superior de la Capilla Española de París, a quien debo profunda gratitud por el concurso abnegado y precioso que ha prestado y presta a esta obra ardua que hemos llevado a buen puerto. Éste es ya el centro que faltaba a españoles y

<sup>7</sup> José Muñoz Escámez era licenciado en Letras y comenzó su actividad siendo periodista en distintos periódicos de Madrid. Paralelamente, escribió cuentos infantiles para la editorial madrileña de Saturnino Calleja. El hijo de este recordó que fue uno de los primeros colaboradores de la editorial y que “no dejó nombre en las letras, a pesar de su gran ingenio, porque muy joven fue a París. Era rico pero allá, en el París de 1885 [...] se arruinó por completo y debió de pensar mucho, en sus horas amargas de miseria, en la varita de virtud, mágica, de los cuentos que escribía para Calleja” (*La estafeta literaria* nº 22, 28/02/1945: 15). Díez (21) menciona que Muñoz Escámez también realizó traducciones para la misma editorial. Publicó además novelas en español pero editadas en París: *La ciudad de los suicidas* (1909, Ed. Paul Dupont) y en su propia Casa editorial: *El secreto del doctor Ram-Moraley*, en 1913, y una biografía de Cervantes (ca. 1925). Antes de la existencia de la Casa Editorial, ya traducía obras en español, como por ejemplo los *Cuentos* de Voltaire publicados en 1909 por la imprenta de Philippe Renouard. También volvió a escribir cuentos infantiles para esta misma editorial. Aparecen traducciones suyas de libros editados hasta 1952, por lo que se deduce que permaneció en Francia hasta su muerte.

americanos amigos de las letras, las ciencias y las artes. (*Mundial Magazine*, 21, enero de 1913, 855)

En la nota –recordemos que es de enero de 1913–, Muñoz Escámez refiere además la fecha de inicio de actividad de la empresa (“solo cuenta año y medio”) e informa que: “Durante ese tiempo hemos producido, entre obras españolas y portuguesas, 216 libros, lo cual constituye un verdadero record. En el primer año, ha sido preciso reimprimir una quinta parte de las obras publicadas”.<sup>8</sup> La fecha de aparición de la nota es muy cercana a las negociaciones de Darío con el director de la editorial, que culminaron en la firma de un contrato de publicación de las obras completas del poeta alrededor del mes de marzo de 1913, pero que no se concretó, tal como consta en el reclamo por su cumplimiento, que realizó Darío en otra carta de agosto de ese año.<sup>9</sup> La intención de competir en el mercado peninsular y latinoamericano también se extendió al libro en portugués: si bien en el catálogo no hay información sobre esta actividad, he encontrado una traducción al portugués de uno de los títulos de la Colección de Novelas Misteriosas, con la misma tapa y diseño.<sup>10</sup> Se trata de *O Cadáver assassino*, por G. Meirs y J. M. Darros.



Tapa del ejemplar en portugués de Meirs y Darros, *El cadáver asesino*, Casa Editorial Hispano-Americana, s./f.

<sup>8</sup> Hasta hoy el único catálogo de la editorial, disponible en la BNF está en español. He podido consultarlo gracias a una estadia de investigación (por convenio de Becas de movilidad para investigadores, gestionada por la SPU en 2015) en el CHCSC - Univ. St-Quentin-en-Yvelines, bajo la tutoría de Jean-Yves Mollier, a quien quiero agradecer las consultas y sugerencias que me brindó.

<sup>9</sup> Ver las cartas en el anexo documental incluido al final de este trabajo.

<sup>10</sup> Cabe señalar dos erratas en la tapa: la conjunción francesa “et” al mencionarse a los autores (“por G. Meirs et (sic.) J. M. Darros”, y la y griega en el nombre de la colección (“Collecção de Romances mysteriosos”). Estos errores tipográficos son indicios de que los libros se imprimían en talleres franceses.



*Mundial* puede considerarse como uno de los agentes divulgadores que acompañaron esta disputa por el mercado de las actividades editoriales en Sudamérica, tal como se desprende de las referencias a dicha actividad presentes en la publicación. De este modo, no pueden considerarse por separado las iniciativas de distintos agentes latinoamericanos que desde Europa aspiraban a intervenir en el mercado de impresos. En ese sentido, la sección “Libros Hispano-americanos” (hasta abril de 1912) luego renombrada como “Libros recibidos” (desde julio de 1912 hasta diciembre de 1913 en forma continua)<sup>11</sup> tiene una impronta publicitaria evidente, pues no consiste en una selección crítica sino en una enumeración, con notas muy breves, sobre los libros recibidos desde España –de Maucci, Renacimiento o América–, o de parte de las editoriales francesas Ollendorff, Garnier, Louis Michaud y Larousse. De hecho, la sección está ubicada al final de la revista, justo antes de los anuncios comerciales con los que comparte incluso la página.<sup>12</sup> Las referencias de esta sección tienden a exhibir la literatura continental y producida para el continente, pero también a difundir los productos editoriales recibidos (por ejemplo, una “*Guía marítima*. Administración: Cortés 554, Barcelona”).

En 1916, la editorial ya se llamaba Franco-Ibero-Americana. Una tercera particularidad de esa casa fue que contó, desde su fundación, con una segunda sede ubicada en Buenos Aires, cuyas oficinas se publicitaban con fotografías en el mismo catálogo. Esto revela el impulso inicial de la empresa y su vocación competitiva,<sup>13</sup> que también explica el hecho de que Muñoz Escámez consiguiera firmar un contrato con Rubén Darío para la edición de sus obras completas seguramente a un costo más beneficioso para el poeta, que conocía muy bien la rapacidad abusiva de los editores tales como Garnier y Ollendorff. El contrato se firmó en 1913, tal como consta en dos cartas de marzo y agosto de ese año, pero la publicación no se concretó.<sup>14</sup> Existen datos sobre la actividad de la empresa hasta 1927,<sup>15</sup> fecha de uno de los últimos libros publicados bajo su sello. Su segundo catálogo –solo disponible en la Biblioteca Nacional de Francia– se publicó en 1924. La escasez de nuevos títulos que en él se advierte permite inferir una merma en la producción. El cese de la actividad quedó registrado en la sentencia de quiebra por los Tribunales de Comercio del Sena, con fecha 5 de mayo de 1930.<sup>16</sup>

### La política de edición de Casa Editorial Hispano-Americana

Tal como mencionamos más arriba, la política editorial que se puede reconstruir a partir de los catálogos de 1913 y 1924 estuvo al cuidado del director literario.<sup>17</sup> Este asumía múltiples funciones que iban desde traducir volúmenes y escribir libros para la misma Casa (cuentos infantiles, dos novelas, una biografía) hasta una función específica de editor, pues planificaba libros para series específicas (“Los grandes pintores”, “Los grandes músicos” y “Los grandes

<sup>11</sup> A partir del N° 36 de abril de 1914 y hasta el anteuúltimo número, el 39, volvió a incluirse una página sobre “Libros recibidos” en la que se mencionan libros editados en España (Maucci, la empresa más potente, era la que enviaba más asiduamente las novedades). Desde mediados de 1913, la sección no se anunciaba en el sumario, lo cual confirma su proximidad con las demás publicidades presentes en el magazine.

<sup>12</sup> A esto se suma la página del editor uruguayo Barreiro y Ramos (noviembre 1912), con una selección de su catálogo de autores de su país. O Fayard (libros en francés) con indicación de la librería distribuidora en Montevideo (diciembre 1912).

<sup>13</sup> Competía incluso con Louis-Michaud, que también contaba con una sede en la capital argentina y cuyo representante era, según Martínez Rus (282, n° 26), Manuel Aguilar.

<sup>14</sup> Véase la carta de Darío que transcribo al final de este artículo.

<sup>15</sup> Por ejemplo, existe una edición de 1927 con el sello editorial de la Casa Franco-Ibero-Americana y en sede parisiense, de un libro sobre *La vida y la obra de Massenet* por Emilio Gascó Contell.

<sup>16</sup> Noticia publicada en el *Moniteur de la papeterie française et de l'industrie du papier*, de junio de 1930, 238.

<sup>17</sup> Disponibles en la Biblioteca Nacional de Francia, Fondo Q10.

museos”), que eran escritos por los mismos empleados de la editorial y por él mismo. Así se entiende que Muñoz Escámez presente la empresa como un “programa” intelectual (“un catálogo no es solo una realidad sino un programa”, 9), en la página de presentación del catálogo de 1913. Allí despliega un discurso desinteresado (“Tanto importan en él las obras terminadas, como la orientación a que responde; tanto el camino andado, como el que se ha de recorrer”, 9) y con autonomía respecto de los avatares de las demandas del mercado, tal como se evidencia en este fragmento:

Nuestra vía está definida y nuestro propósito determinado: nos proponemos publicar obras que se refieran a todos los ramos del saber humano, pero sanas y fuertes: literatura, de la que no está sujeta a los revuelos del gusto público, y que perdura y se impone a pesar de los extravíos de escuela, verdaderas epidemias psicológicas que de vez en cuando sufre la humanidad. En el orden científico poca ciencia abstracta y mucha aplicada, para llenar el fin supremo de la ciencia, el de ser útil. Las investigaciones históricas, ya curiosas ya profundas, tendrán lugar amplio en nuestro catálogo. (9)

La seriedad del programa se apoya en una concepción moralizante y pedagógica de la difusión editorial. Ésta implica una suerte de actualización del dogma clásico de lo “dulce et utile”, al que ahora se le añade un nuevo significado de utilidad práctica. De este modo, la cualidad útil del libro podía facilitar la adecuación de los individuos a las nuevas condiciones de la sociedad capitalista. Para ello, el catálogo ofrecía una *Gran enciclopedia autodidáctica*, en treinta y dos fascículos (con una lámina a color), por 1 franco, dirigida por un ingeniero español (“Don Eduardo Mier”) y “redactada por varias eminencias científicas y literarias de España”. Fue publicitada en el catálogo con una extensa presentación:

Los diccionarios enciclopédicos de utilidad indiscutible que han sido publicados en todos los países cultos, y principalmente en Francia, que ha hecho de eso una especialidad, tienen el gravísimo defecto, inherente a su propia esencia de diccionario, de no dar sino la noción escueta, el dato aislado, sin dejar de percibir la relación que tiene y el puesto que ocupa en el conjunto general de la Ciencia o la Literatura. [...] Nuestra enciclopedia se desenvuelve de muy distinto modo [...]. Cada índole de conocimiento compone un *curso completo* sin la menor laguna y expuesto en una forma atractiva y clara. (83)

En las palabras con que cierra la exposición del “Programa”, el director justifica el propósito humanista de la empresa y su propia razón de ser, declarando no sin solemnidad que la empresa ha “venido a la liza editorial para romper una lanza en pro de lo útil, de lo honesto y de lo agradable y volver por los fueros de la hermosa lengua de Cervantes” (9).

Al mismo tiempo, como autor del catálogo, presenta una empresa pujante y moderna, lo cual se ve reforzado por las cinco fotos que presentan la entrada, las oficinas y los depósitos de la editorial, en París y en Buenos Aires. La importante inversión realizada al lanzarse la casa editora abarcó también la implementación de una imprenta propia (“imprenta de la Casa Editorial – París”, última hoja), aunque no he encontrado más datos ni otras fotos sobre esta. El aspecto comercial y competitivo también se confirma por la calidad del catálogo de 92 páginas, con tapa en color y papel satinado, pero sobre todo en el énfasis por parte del director literario respecto del cuidado gráfico de los impresos y en la alusión a los “grandes sacrificios” económicos –“siempre gratos cuando se trata de obsequiar a nuestros favorecedores” (33)– realizados para comprar los derechos de traducción de obras de autores franceses contemporáneos (o del estadounidense Williams Sharps). Esto se advierte en el caso de la “Colección de Autores contemporáneos” (con novelas de Henri Bordeaux) y de la “Colección

de Novelas misteriosas”, o de “Los viajes pintorescos”. A esto se sumaba la utilización de los nuevos medios y técnicas de reproducción a color.

A propósito de la “Colección de Novelas misteriosas”, que reunía 27 títulos (de Poe, Balzac u Hoffmann, Sand, Darros y Miers, Hoche, Galopin o Golworsthy, incluyendo también al propio Muñoz Escámez), el editor inicia su presentación destacando el cuidado de la traducción, y continúa con una referencia a la calidad de impresión. Menciona también el éxito reciente del género de novelas de misterio, señalando su capacidad de renovación:

Previa una cuidadosa y paciente selección, atendiendo a todos los países y aun a diferentes épocas, hemos logrado formar una colección de títulos que creemos, ha de alcanzar gran éxito, toda vez que a la fundamental circunstancia expresada, debe añadirse como elemento que en nuestros días favorece y consolida cualquier empresa editorial, la presentación inmejorable, la impresión cuidadosa, un papel excelente y la colaboración de notables artistas que han puesto a contribución su ingenio para componer preciosas cubiertas. (*Catálogo*, 24).

La modernidad de la propuesta se hace visible en la diversidad de las colecciones. En efecto, el catálogo apostaba a lectores diversificados, pues por un lado traía una colección de cuentos infantiles (“Liliput”) y de novelas (“Biblioteca Rosa”), otra de saberes útiles o prácticos, tales como la enciclopédica autodidáctica (con fascículos que eran lo más barato del catálogo)<sup>18</sup> o la Colección científica (con un libro de taquigrafía, por ejemplo). A esto se agrega, en el catálogo de 1924, la colección de “Libros escolares” con, por ejemplo, los títulos *Cómo se cuenta* (aritmética), *Cómo se mide* (geometría), *Cómo se hacen las cosas* (trabajos manuales), *Cuadernos de escritura inglesa*, mapas y el *Diccionario Diamante*. Todos éstos podían atraer a una porción de lectores dotados de menor capital cultural (por edad o por condición social). Por otro lado, se advierte un interés en captar un lectorado culto con o sin poder adquisitivo – ya que se ofrecía la clásica doble calidad (rústica o tela)–, lo cual permitía abarcar a quienes no contaban con un alto capital económico pero también a lectores más acomodados o en ascenso social, con consumos lujosos tales como los viajes, los conciertos, la visita a los museos.<sup>19</sup>

El carácter moderno del armado editorial, tanto de Ollendorff como de la Casa Editorial que nos ocupa,<sup>20</sup> se advierte a su vez en la opción exclusiva por el género editorial de la colección, que estaba ampliamente consolidado y se había vuelto hegemónico luego de un

<sup>18</sup> Una enciclopedia con el mismo nombre circuló al menos en Argentina, en los años 1930, editada por la francesa Quillet. Gascó Contell trabajó en la sección de lengua española de esa editorial. El “Programa” de Casa Hispano-Americana justificaba de este modo la necesidad de estos fascículos: “Las enciclopedias, tan necesarias en nuestros tiempos en que la cultura ha de formarse, no ya al vapor, como en el siglo XIX, sino casi con la rapidez de la corriente eléctrica, constituyen una importante fase de nuestra labor actual. [...] De igual modo tenemos en el telar diversos diccionarios llamados a mejorar la existencia para convertirlos en útiles instrumentos de trabajo que alcancen, dentro de lo humano, el mayor grado de perfección posible” (9).

<sup>19</sup> En la colección “Los viajes pintorescos”, todos los volúmenes eran traducciones de una serie idéntica, en francés, editada por Les arts graphiques. La empresa compró probablemente los derechos a su homóloga francesa.

<sup>20</sup> En 1905, Ollendorff organiza su fondo de traducciones al español en tres colecciones: “Ollendorff Ilustrada”, “Biblioteca de Autores Modernos y Contemporáneos” y “Veladas del Hogar-Colección destinada a las Familias”. La elección de los títulos se centra en los éxitos de su catálogo obtenidos en Francia. Al respecto, Botrel observa su prudencia en cuanto a las decisiones editoriales, que se advierte en la publicación de Jean Lorrain (*Monsieur de Phocas*, 1906) y de la escritora Pierre de Coulevain (*Nobleza Americana*, 1908). O también de los folletínistas George Ohnet y Charles Laurent. En 1906, se agrega una colección de “Escritores españoles y sudamericanos”, que se consolida hacia 1910 y alcanza en 1914 un total de 115 títulos (Botrel 8). Entre los editados figuran mayoritariamente escritores radicados en París: Luis Bonafoux, Hugo Barbagelata, Manuel Ugarte, Francisco y Ventura García Calderón, Rufino Blanco Fombona, José Santos Chocano, Francisco Contreras, Eugenio M. de Hostos, Amado Nervo, Clemente Palma, José Martí, Carlos Reyles, y Hugo Wast.



proceso de “puesta en colección” que según Olivero se inició en la década de 1830 primero en Francia (ideado por Charpentier, en 1845), se expandió a Inglaterra y Alemania sucesivamente y finalmente, desde el último tercio de siglo XIX llegó a España e Italia. Así, los lectores hispanohablantes instruidos ya lo conocían. Recordemos además que la industria local ya había recurrido al formato de las Bibliotecas al editar a los autores nacionales, como por ejemplo, la Biblioteca Popular de Buenos Aires de Miguel Navarro Viola, la Biblioteca Económica de Autores Argentinos, de Pedro Irume, estudiadas por Pastormerlo. Por eso su adopción, que suponía combinar un mismo formato, un precio accesible y una selección de textos organizados en conjuntos “coherente[s] y relativamente homogéneo[s]” (Olivero 83), con todos los libros del catálogo repartidos en colecciones y series, podía garantizar la imagen de un proyecto programático de tipo intelectual y pedagógico, que suponía la consideración del libro como instrumento de cultura.

Los libros sobre artes musicales o plásticas, dentro de una oferta relativamente accesible (los libros salían menos que las revistas latinoamericanas de París) fueron un nicho que no habían explotado Ollendorff ni Louis-Michaud. Cabe señalar que la segmentación de la oferta fue mucho mayor en Casa Hispano-Americana que la de Ollendorff o Bouret. Así, el editor de su catálogo anunciaba que el “éxito de la colección “Los grandes pintores” había determinado a iniciar la serie “Galería de arte”, que se promocionaba como “única en el mundo”. Así presentaba el lanzamiento de la nueva Colección “Los músicos célebres”<sup>21</sup> (*Catálogo de la Casa Hispano-Americana* 80) que venía a completar la ya existente “Los grandes músicos”:

En España y en América estas dos colecciones que, independientes entre sí, se complementan y funden, habrán de ser acogidas con verdadero entusiasmo porque son muy escasas las obras similares que se han editado en castellano, y ninguna de ellas – permítasenos esta vanidad, ya que para ello no hemos escatimado medio alguno– no sólo no superan sino ni remotamente se parecen en *lujo, elegancia, economía y utilidad* a las que ofrecemos a nuestros ya numerosos y fieles favorecedores. (80)

Ahora bien, la novedad de los títulos y las colecciones se combinó con una astucia editorial que permitía inundar de títulos el mercado (recordemos las declaraciones del propio director en la nota para *Mundial*, que mencionaba más de 200 títulos en un año y medio de existencia). En efecto, la empresa destinó la mayor parte de su fondo a traducir y editar obras del dominio público (en Francia, anteriores al año 1850), repartidas en distintas colecciones (Los grandes maestros de la literatura, Autores escogidos, la Colección de estudios históricos, incluso la de Novelas misteriosas que incluía obras de Poe y Balzac). De allí que figuraran Stendhal, George Sand, Murger, Octave Feuillet, Goethe, entre otros. No es casual entonces que la primera colección que apareciera en el catálogo, titulada “Los grandes maestros de la literatura”, fuera la de títulos anteriores a 1850, línea que se continuaría en la tercera colección. El segundo lugar lo ocupaba una colección original de títulos creados especialmente para el fondo editorial, dedicada a “Los grandes pintores” (en los que el nombre del autor no aparecía en la tapa). El cuarto y quinto lugar –“Autores contemporáneos” y “Novelas misteriosas”– el director de la colección destacaba el carácter novedoso de la propuesta en materia de traducción, antes que en lo intelectual o literario, como así también la labor editorial, en términos de “el nuevo esfuerzo que realizamos emprendiendo esta publicación” (24): “Autores contemporáneos” presenta varios títulos del escritor católico y conservador Henri Bordeaux.

<sup>21</sup> Con doce títulos publicados (Schumann, Beethoven, Wagner, Mozart, Haydn, Guck, Verdi, Puccini, Weber, Liszt, Meyerbeer, Rossini). “Precio del volumen elegantemente empastado, 3,50 francos” (*Catálogo de Casa editorial Hispano-Americana* 74).

La serie se promociona con un comentario publicitario incluido debajo del título, en mayúsculas, como “¡¡Acontecimiento editorial!! ¡Biblioteca única en lengua española!” (25).

Comparada con la oferta de Ollendorff, la de la Hispano-Americana resultó más conservadora, si se tiene en cuenta que no figuraban obras de novelistas de la corriente “psicológica” como Lorrain, el mayor éxito de la editorial Ollendorff junto con Georges Ohnet (Botrel 1970), ni ninguna novela naturalista que podía haberle traído buenas ganancias. De hecho, reiteradas veces se aclaraba en el catálogo que tal colección podía “ser leída por todo el mundo”. Esto resulta evidente en la sección religiosa a cargo del mismo financiador de la editorial, monseñor Aceves, en la que se expone la misión de “complemento de la educación moral de los jóvenes” (67). Tal como se observa en el catálogo de 1924, luego del lanzamiento inicial de títulos principalmente europeos, las novedades editoriales que siguieron apuntaron claramente hacia autores latinoamericanos que llegó a reunir sesenta títulos (desde Larreta hasta Teresa de la Parra o Juan B. Terán, Rodó, Justo Sierra, Lugones, Martí).

Tanto el diseño y selección de títulos para cada una de las colecciones, como el encargo de textos a los empleados de la editorial, que cumplían así una función de redactores comparable al trabajo en la prensa o en otras publicaciones periódicas permiten afirmar que la Casa Hispano-Americana aspiró a dotar a su proyecto de una impronta intelectual. Esto explica también el hecho de que en los catálogos predominara el título y su ubicación en una serie, antes que el nombre del autor. Otro aspecto que ilustra la impronta intelectual que observamos es el carácter detallado de los comentarios críticos que la editorial publicaba en sus catálogos. Enunciados como sinopsis, estos acompañan los títulos que se van mencionando dentro de cada colección. Un detalle significativo está dado por el lugar en el que se ubica la información sobre el precio y los formatos, que figura al final de cada sección del catálogo (destinada a las colecciones), como si se quisiera eufemizar su carácter de mercancía.

A modo de conclusión, podemos decir que, en cuanto a su política editorial, la Casa Editorial Hispano-Americana —luego Franco-Ibero-Americana— tuvo como principal característica la diversificación de la oferta a través de los distintos públicos a los que aspiraban las dieciséis colecciones, lo cual se materializó en una propuesta moderna, dada por la pretensión de actualidad y por la gran variedad temática de las colecciones, y de calidad, a la altura de los sectores adinerados y más cultos del mercado español y sudamericano. En el plano literario e intelectual fue una propuesta conservadora, abiertamente opuesta a la literatura popular, que apostó más a la novela burguesa o a una literatura seleccionada en base a sus valores edificantes, que a expresiones innovadoras, con excepción de su apuesta por un género nuevo, más masivo, como el de la novela de misterio. Sin embargo, también en ese caso se eligieron las formas de ese género que resultaban menos inquietantes respecto de la moral y de la concepción dominante del arte y la literatura. Por otra parte, este emprendimiento fue revelador de la consolidación de nuevas posibilidades de desarrollo profesional para los extranjeros que habían hecho de París su lugar de residencia: no solo los que hemos mencionado hasta aquí, sino también Blanco Fombona, que estuvo a cargo de la colección de clásicos americanos, o Francisco García Calderón, quien revistó en la editorial como prologuista.

Asimismo, la especificidad del emprendimiento, dada por su sede central y lugar de impresión en París, explica el relativo éxito y la rapidez con que pudo instalarse en el mercado del libro. En efecto, la capital francesa brindaba los mejores precios para el papel, las últimas técnicas de impresión y compaginación, las últimas novedades en materia de diseño gráfico, y una mano de obra calificada (los españoles y latinoamericanos) con un buen conocimiento del ámbito editorial. Si bien no contamos con datos sobre las ventas, el dinamismo de la empresa puede evaluarse en la información sobre reediciones en los catálogos, y también por su actividad prolongada, por más de quince años, desde su creación en 1911 hasta el último libro que hemos encontrado, de 1927. Por último, el caso de esta iniciativa que se insertó en un

mercado ya existente, confirma las posibilidades que ofrecía el mercado de libros en español en América Latina. La Casa Editorial Hispano-Americana debe considerarse, por lo tanto, como parte del fenómeno de expansión de las editoriales españolas en Sudamérica que desde comienzos de siglo comenzaban a dominar el mercado del libro en esta región.

### Obras citadas

- [Anónimo]. “L’Amérique Latine et l’Espagne.” *Boletín France-Amérique*, septiembre, 1913, pp. 172-175.
- Barbier, Frédéric. “Le commerce international de la librairie française au XIXe siècle (1815-1913).” *Revue d’histoire moderne et contemporaine*, vol. 28, n.º1, ene.-mar., 1981, pp. 94-117, [http://www.persee.fr/doc/rhmc\\_0048-8003\\_1981\\_num\\_28\\_1\\_1128](http://www.persee.fr/doc/rhmc_0048-8003_1981_num_28_1_1128).
- Botrel, Jean-François. *La “sociedad de ediciones literarias y artísticas – Librería Paul Ollendorff” (Contribution à l’étude de l’édition en langue espagnole, à Paris, au début du vingtième siècle)*, Institution d’Études Ibériques et Ibéro-Américaines de l’Université de Bordeaux, 1970.
- \_\_\_\_\_. “La librairie espagnole en France au XIXe siècle”. Mollier, Jean-Yves (dir.), *Le commerce de la librairie en France au XIXe siècle, 1789-1914*. Paris, IMEC Éditions, 1997, pp. 287-297.
- Chroniques de la Bibliographie de la France*. Años 1905-1910.
- Darío, Rubén. *Cartas a José Muñoz Escámez*, marzo y agosto de 1913. Archivo Rubén Darío, documentos n.º 141 y 144, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://alfama.sim.ucm.es/greco/rddigital.php?search=MU%D1OZ+ESC%C1MEZ%C+Jos%E9&Submit=Buscar>
- \_\_\_\_\_. “La producción intelectual latinoamericana. Autores y editores.” I y II. *La Nación*, 1º y 11 de agosto de 1913. *Escritos dispersos de Darío*, I., compilado por Pedro Luis Barcia, La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, 1968, pp. 344-348.
- Díez, Núria Murie. *L’editorial Calleja: traductors i adaptacions*. UAB, tesina, 2016, [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/tfg\\_45183/TFG\\_2015-16\\_FTI\\_MURIEDIEZ.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/tfg_45183/TFG_2015-16_FTI_MURIEDIEZ.pdf)
- Espósito, Fabio. “Los editores españoles en argentina: antecedentes de un desembarco. Redes comerciales, políticas y culturales entre España y Argentina (1892-1938).” *Historia de los Intelectuales en Latinoamérica*, dirigida por Carlos Altamirano, Katz, 2010, pp. 515-536.
- Fernández, Pura. “El monopolio del mercado internacional de impresos en castellano en el siglo XIX: Francia, España y ‘la ruta’ de Hispanoamérica.” *Bulletin Hispanique*, vol. 100, n.º 1, 1998, pp. 165-190, [http://www.persee.fr/doc/hispa\\_0007-4640\\_1998\\_num\\_100\\_1\\_4964](http://www.persee.fr/doc/hispa_0007-4640_1998_num_100_1_4964)
- Fischer Hubert, Denise. *El libro español en París a comienzos del siglo XX. Escritores i traductores*. Tesis doctoral, Universitat Rovira y Virgili, 1994.
- Martínez Martín, Jesús. “La edición moderna.” *Historia de la edición en España*, dirigido por Jesús Martínez Martín, Marcial Pons, 2001, pp. 167-206.
- Martínez Rus, Ana. “El comercio de libros. Los mercados americanos.” *Historia de la edición en España*, dirigido por Jesús Martínez Martín, Marcial Pons, 2001, pp. 269-305.
- \_\_\_\_\_. “La industria editorial española ante los mercados americanos del libro 1892-1936.” *Hispania*, LXII/3, n.º 212, 2002.
- Mollier, Jean-Yves. *L’argent et les lettres*. París, Fayard, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Une autre histoire de la littérature française*. La fabrique éditions, 2015.

Olivero, Isabelle. *L'invention de la collection*. Editions de l'IMEC/MSH, 1999.

## ANEXO

1- Carta de Rubén Darío a José Muñoz Escámez, del 12/03/1913

Transcripción: 133 rue Michel-Ange. Señor Don José MUÑOZ ESCAMEZ. París. Muy Señor mío y distinguido amigo,

Como complemento á los trabajos míos que obran en su poder, para su publicación por esa muy respetable casa editorial que Vd. regenta, he de permitirme significarle estos precios, por ediciones hasta de 15,000 ejemplares, llevando cada una de ellas un prefacio especial. “Azul”, prólogo de Don Juan Valera, edición aumentada con dos ó tres cuentos más, - 2,000 francos. Un volumen, título a su elección, de las páginas que guste, de artículos que habrá Vd. escogido y obran en su poder, 1,500 francos. “Tierras Solares” edición agotada, aumentada y corregida 1,500 francos. “Cantos de Vida y Esperanza” (la única edición de este libro, que publicó la casa P. Granada & Comp<sup>a</sup>. de Barcelona, á 7 pesetas ejemplar, edición agotada y poco conocida, debiera al hacerse otra edición llevar el precio de tres, cincuenta francos volumen. Creo qué, como ¿base principal? De negocio para Vds. son estos dos libros “Azul” y “Cantos de Vida y Esperanza”. Quedo de Vd. como siempre muy atento y affmo. S.S. y amigo suyo Rubén Darío Paris, 12 Marzo 1913.

2- Carta del 14/08/1913

Al Sr. José Muñoz Escámez, director de la Casa Editorial Hispanoamericana, 222 Bd. Saint-Germain, París.

Muy Señor mío,

En vista del silencio de V., le manifiesto lo siguiente: al hacer un contrato con V. referente a la publicación de mis Obras Completas, contrato que he hecho registrar en su oportunidad para darme la multa consiguiente en caso de no hacerlo, no creo haber hecho un favor a la Casa de V., ni mucho menos que ella me lo haga a mí. Hemos hecho ambos comercialmente: un contrato. Y como los intereses comunes, aunque los míos sean más perentorios, el retraso de que no se haya comenzado a poner mis libros en el mercado, me ocasiona perjuicios y daños fáciles de suponer. Yo debía tener ya, según lo que V. me dijo, pruebas de *Azul*, de *Cantos de Vida y Esperanza* y *Tierras solares*. Lo demás vendría después. No he recibido ninguna noticia. Mi secretario, Sr. Huertas, ha estado varias veces para hablar con V. y no ha podido verle. Ruego a V. quiera contestarme de una manera definitiva lo que hay en este asunto porque la amistad es una cosa y el negocio, más cuando es común, es otra. Todo, le repito, me ha ocasionado molestias y perjuicios. Con toda consideración, saludo V. atte. Rubén Darío.